

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI HARGA, DAN ULASAN
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ZOYA
DI OUTLET KEDIRI**

SKRIPSI



OLEH :

ERIA SUCI ANINGTYAS

18012010187 / FEB / EM

PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2022

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI HARGA, DAN ULASAN
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ZOYA
DI OUTLET KEDIRI**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

Eria Suci Aningtyas
18012010187 / FEB / EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2022

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI HARGA, DAN ULASAN

PRODUK TERHADAP MINAL BELI ULANG PRODUK ZOYA

DI OUTLET KEDIRI

Disusun Oleh :

ERIA SUCI ANINGTYAS
18012010187/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal : 28 Juli 2022

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama

Sulastri Irbayuni, SE. M. M
NIP. 196206161989032001

Drs. Ec. Supriyono, M. M.
NIP. 196106261988031001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M. T.
NIP. 195908281990031001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eria Suci Aningtyas
NIM : 18012010187
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya di Outlet Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN “Veteran” Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 7 Agustus 2022

Yang Menyatakan



Eria Suci Aningtyas
NPM. 18012010187

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur yang berjudul **“PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI HARGA, DAN ULASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ZOYA DI OUTLET KEDIRI”**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang banyak memberikan motivasi, bimbingan, saran, serta dorongan moral yang sangat berguna bagi penulis. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Sulastri Irbayuni, SE, MM, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Drs. Ec. Supriyono, M.M, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, nasehat serta bantuan selama proses penyusunan skripsi.

5. Seluruh Dosen dan Staff Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama berada di bangku perkuliahan.
6. Bapak Karyadi dan Ibu Atiek Sukarti, selaku orang tua penulis yang telah merawat dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, memberikan semangat dan memanjatkan doa terbaik kepada penulis.
7. Sanak saudara yang telah memberikan dukungan semangat dan saran kepada penulis.
8. Kepada Widya dan Indah yang selalu memberikan support dan menjadi pendengar yang baik, memberikan saran masukan, dan selalu membantu satu sama lain.
9. Kepada teman-teman kuliah terdekat yang selalu menyampaikan informasi-informasi bermanfaat, memberikan semangat, dan saling menghibur.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu hingga terselesainya laporan ini.

Dalam penulisan usulan penelitian skripsi ini penulis merasa masih banyak kekurangan pada teknis penulisan maupun materi. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Kediri, 17 Desember 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Manajemen Pemasaran	14
2.2.2 Kepercayaan	15
2.2.2.1 Pengertian Kepercayaan	15
2.2.2.2 Jenis Kepercayaan	16
2.2.2.3 Indikator Kepercayaan	16
2.2.3 Persepsi Harga	17
2.2.3.1 Pengertian Persepsi Harga	17
2.2.3.2 Indikator Persepsi Harga	17

2.2.4 Ulasan Produk	18
2.2.4.1 Pengertian Ulasan Produk	18
2.2.4.2 Indikator Ulasan Produk	18
2.2.5 Minat Beli Ulang	19
2.2.5.1 Pengertian Minat Beli Ulang	19
2.2.5.2 Indikator Minat Beli Ulang	20
2.3 Hubungan antar Variabel	21
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang	21
2.3.2 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang	22
2.3.3 Pengaruh Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang	23
2.4 Kerangka Konseptual	24
2.5 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	26
3.1.2 Variabel Penelitian	26
3.1.2.1 Variabel Independen	26
3.1.2.2 Variabel Dependenden	28
3.1.3 Teknik Pembobotan	29
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Sumber Data	31

3.3.3 Pengumpulan Data	32
3.4 Uji Validitas dan Uji Hipotesis	32
3.4.1 Uji Validitas	32
3.4.2 Uji Reliabilitas	33
3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis	33
3.5.1 Teknik Analisis Data	33
3.5.1.1 Cara Kerja PLS (Partial Least Square)	34
3.5.1.2 Model Spesifikasi PLS (Partial Least Square)	35
3.5.1.3 Langkah-langkah PLS (Partial Least Square)	35
3.5.1.4 Asumsi PLS (Partial Least Square)	43
3.5.1.5 Ukuran Sampel	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1 Karakteristik Responden	45
4.2.2 Deskripsi Variabel Kepercayaan	48
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	49
4.2.4 Deskripsi Variabel Ulasan Produk	50
4.2.5 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang	52
4.3 Analisis Data	54
4.3.1 Interpretasi Hasil PLS	54

4.3.1.1 Outer Model	54
4.3.1.2 Analisis Model PLS	61
4.3.1.3 Inner Model	61
4.3.1.4 Pengujian Hipotesis	62
4.4 Pembahasan	63
4.4.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang	63
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang	65
4.4.3 Pengaruh Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Zoya	5
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Hasil Skor Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	48
Tabel 4.5 Hasil Skor Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	49
Tabel 4.6 Hasil Skor Jawaban Responden Variabel Ulasan Produk	51
Tabel 4.7 Hasil Skor Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang	53
Tabel 4.8 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	55
Tabel 4.9 Cross Loading	56
Tabel 1.10 Average Variance Extracted (AVE)	55
Tabel 4.11 Composite Reability	59
Tabel 4.12 Latent Variabel Correlations	59
Tabel 4.13 R-Square	62
Tabel 4.14 Path Coefficients	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Alasan Seseorang Menggunakan Internet	1
Gambar 1.2 Survei Alasan Seseorang Membeli Kebutuhan Secara Online	2
Gambar 1.3 Tren Data Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	4
Gambar 1.4 Penjualan Produk Zoya di Outlet Kediri	6
Gambar 1.5 Ulasan Produk Zoya	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Langkah-Langkah PLS	36
Gambar 3.2 Model Konstruksi Diagram Jalur	38
Gambar 4.1 Logo Zoya	44

ABSTRAK

Belanja online dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkannya, dalam waktu yang efektif dan efisien, serta dapat dilakukan dimana saja. Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi harga, serta ulasan produk terhadap minat beli ulang produk Zoya di Outlet Kediri. Metode yang dipakai yakni metode penelitian kuantitatif. Sampel yang terpakai yakni totalnya 80 responden yang didapatkan dengan metodologi purposive sampling. Pengumpulan data dilaksanakan dengan memakai kuisisioner via google form. Teknik analisis pada data memakai perangkat lunak yaitu Partial least Square (PLS). Hasil penelitian ini menerangkan bahwasanya variabel kepercayaan, persepsi harga, serta ulasan produk memberikan pengaruh secara positif serta signifikan terhadap variabel minat beli ulang.